



LLOYD PRÄSENTIERT MIT „OWN THE MOMENTS“ EINE NEUE MARKENIDENTITÄT UND POSITIONIERT SICH ALS GLOBALE LIFESTYLE-MARKE

Sulingen, 6. Januar 2025 – LLOYD, seit 1888 führend in der Herstellung von Premium-Schuhen und Lifestyle-Produkten, präsentiert eine neue Markenidentität. Mit dem Claim **„OWN THE MOMENTS“** richtet sich LLOYD konsequent auf die Anforderungen moderner Märkte aus und positioniert sich als globale Lifestyle-Marke, die Freude, Selbstbewusstsein und Stil verspricht.

Vision und Mission für eine dynamische Zukunft

Die neue Vision von LLOYD, **„FUEL A POSITIVE LIFESTYLE“**, steht für ein dynamisches, optimistisches und ganzheitliches Lebensgefühl. Die Mission von LLOYD ist es, eine begehrte Lifestyle-Marke zu schaffen, die Menschen über verschiedene Produktkategorien und Länder hinweg verbindet. Mit kreativen Designs und innovativen Ansätzen möchte LLOYD weltweit inspirieren und einen nachhaltigen Mehrwert für die Kunden schaffen.

Markenversprechen: JOY, CONFIDENCE, STYLE

Das Rebranding von LLOYD basiert auf drei zentralen Säulen:

- **Joy:** Glücksmomente bei jeder Begegnung mit den Kunden.
- **Confidence:** Hochwertige Produkte, auf die Kunden vertrauen können.
- **Style:** Designs, die in allen Lebensbereichen überzeugen.

Das neue Erscheinungsbild umfasst ein modernes Logo in zeitloser Serifenschrift, das die elegante und traditionsreiche Herkunft von LLOYD würdigt. Ergänzt wird es durch ein neues Symbol: die **„WINGS OF INSPIRATION“**. Diese Flügel symbolisieren die Inspiration und den Anspruch von LLOYD, sich stetig weiterzuentwickeln. Eine frische Farbpalette – geprägt von Ziegelrot und Dunkler Minze – verbindet Tradition mit einem zukunftsweisenden Look.

„Die Welt verändert sich, und wir uns mit ihr“, erklärt **Andreas Schaller, CEO der LLOYD Lifestyle GmbH**. „Unsere Neuausrichtung reagiert auf die Wünsche moderner Konsumenten und bleibt gleichzeitig unseren Wurzeln treu. Mit den WINGS OF INSPIRATION möchten wir unsere Kunden dazu ermutigen, die Momente, die wirklich zählen, selbstbewusst zu erleben. Gleichzeitig stehen wir weiterhin für die zeitlose Qualität und den Stil, die LLOYD seit über 137 Jahren auszeichnen.“

„Wir freuen uns sehr auf dieses neue Kapitel von LLOYD“, sagt **Param Singh, Inhaber der ARKLYZ Group und der LLOYD Lifestyle GmbH**. „Dieses Rebranding ist weit mehr als eine visuelle Transformation. Es ist ein Versprechen an unsere Kunden, dass wir sie auf jedem Schritt ihres Weges begleiten. Das neue Logo, das Symbol und der Claim basieren auf dem stolzen Erbe von LLOYD – und spiegeln zugleich unsere Ambition wider, eine wahrhaft globale Lifestyle-Marke zu werden.“



Blick in die Zukunft

LLOYD wird den neuen Markenauftritt auf führenden internationalen Fachmessen präsentieren, darunter:

- **Who's Next** in Paris (18.–20. Januar 2025)
- **CIFF** in Kopenhagen (28. Januar–30. Januar 2025)
- **MICAM** in Mailand (23.–25. Februar 2025)

Auf diesen Messen wird LLOYD nicht nur die neue visuelle Identität, sondern auch die Herbst/Winter-Kollektion 2025 vorstellen.

Über Arklyz

ARKLYZ wurde 2018 von Param Singh, Inhaber und CEO der ARKLYZ Group, gegründet. Mit Sitz in Stans, Schweiz, ist ARKLYZ eine dynamisch wachsende Unternehmensgruppe im Bereich Sport und Lifestyle. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der vertikalen Vernetzung der globalen Wertschöpfungskette sowie auf den Disziplinen Brand Management, Distribution, Einzelhandel, E-Commerce und Produktion. Die ARKLYZ Group umfasst Unternehmen wie The Athlete's Foot, Asphaltgold, Intersocks oder Arkrod und besitzt globale Lizenzen oder Distributionsrechte für Marken wie Salomon, HEAD, Nordica, Mammut, Crocs, Adidas und Hey Dude.

Über LLOYD

Seit 1888 ist LLOYD Marktführer im Premium-Segment Herenschuhe in deutschsprachigen und skandinavischen Ländern. Seit 137 Jahren steht LLOYD für höchste Qualität in der Schuhproduktion. Auf Basis seiner Omni-Channel-Strategie vertreibt das Unternehmen seine Kollektionen weltweit in 48 Ländern an rund 2.800 Verkaufsstellen. LLOYD betreibt 35 Concept Stores, darunter in Städten wie Kopenhagen, Lima, Wien, Peking sowie online über [LLOYD.COM](https://www.lloyd.com). Ergänzend bietet LLOYD hochwertige Lederwaren wie Jacken, Taschen und Gürtel an. Das Unternehmen beschäftigt weltweit über 1.500 Mitarbeiter, davon rund 500 in Deutschland.

Pressekontakt:

LLOYD Lifestyle GmbH
Godo Kraemer
Hans-Hermann-Meyer-Str.1
27232 Sulingen / Germany

Phone: +49 (0) 4271 940 211
Email: kraemer@lloyd.com
Homepage: [LLOYD.COM](https://www.lloyd.com)

PR-Agentur:

MASALI GmbH
Valerie Betz
Heinrich-Roller-Str. 16A
10405 Berlin / Germany

Phone: +49 (0) 30 2325794 14
Email: v.betz@masali.de
Homepage: [masali.de](https://www.masali.de)